



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
Actualizado a 04 de Febrero- 2020

ASIGNATURA: INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

1. HORIZONTE INSTITUCIONAL	
1.1 MISIÓN	
Misión Institucional	Misión del Programa
La Corporación Universidad de la Costa, como institución de Educación Superior tiene como misión formar un ciudadano integral bajo el principio de la libertad de pensamiento y pluralismo ideológico, con un alto sentido de responsabilidad en la búsqueda permanente de la excelencia académica e investigativa, utilizando para lograrlo el desarrollo de ciencia, la técnica, la tecnología y la cultura.	Formar profesionales integrales con capacidad de plantear y desarrollar propuestas de Internacionalización viables para la transformación y comercialización de productos y servicios con enfoque innovador a mercados Globales con sentido idóneo, reflexivo, crítico, creativo, utilizando para lograrlo el desarrollo de la ciencia, la tecnología y la cultura; conscientes de sus deberes profesionales, capaces de competir en un mercado regional, nacional e internacional
1.2 VISIÓN	
Visión Institucional	Visión del Programa
La Corporación Universidad de la Costa, tiene como visión ser reconocida por la sociedad como una institución de educación superior de alta calidad y accesible a todos aquellos que cumplan los requerimientos académicos.	Seremos un programa posicionado en el ámbito nacional e internacional, reconocido por su compromiso con la sociedad, formando profesionales integrales con alto grado de sensibilidad social, que respondan a los retos de la Globalización, que impacten en organizaciones, trabajadores y comunidad en general, asegurando una formación humanística e interdisciplinaria apoyada en los pilares de la investigación
1.3 VALORES	
Excelencia: Entendida como el compromiso de la Institución en mantener unas condiciones de alta calidad en sus procesos académicos, administrativos y financieros. Civismo: Entendido como el comportamiento respetuoso de la comunidad universitaria con las normas de convivencia ciudadana. Respeto: Entendido como el reconocimiento del valor propio, de los demás y del entorno. Servicio: Se entiende como la disposición de los miembros de la comunidad universitaria para atender las necesidades de la sociedad. Compromiso Social: Entendido como la responsabilidad que tiene la Universidad de promover acciones que contribuyan al desarrollo sostenible. Comportamiento Ético: Entendido como el conjunto de acciones de los miembros de la comunidad universitaria que reflejan la filosofía institucional. Trabajo en Equipo: Entendido como la contribución articulada de los miembros de la comunidad universitaria al logro de los objetivos institucionales.	
2. PERFILES	
2.1 PERFIL DEL DOCENTE	
Profesional en el área de Ciencias Económicas, con Maestría o Doctorado en el área de formación de Negocios Internacionales o afines; Nivel de suficiencia de inglés mínimo B1 u otra segunda lengua; Experiencia en docencia universitaria mínima de tres (3) años; Experiencia mínima de tres (3) años en el área profesional específica de los	



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
Actualizado a 04 de Febrero- 2020

ASIGNATURA: INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

Negocios Internacionales; Experiencia en el desarrollo de procesos investigativos; Relaciones con el sector externo. Manejo adecuado de las TICs utilizando esta herramienta como un recurso en la mediación del aprendizaje.

2.2 PERFIL DE FORMACIÓN

El profesional en Negocios Internacionales cuenta con unas competencias profesionales (genéricas y específicas) que le permiten abordar su profesión desde diferentes ámbitos. Posee el conocimiento de negocios para aplicarlo con capacidad analítica, crítica y propositiva en la toma de decisiones respecto a la creación, gestión y promoción de unidades productivas o negociaciones a nivel nacional e internacional. Está facultado para desempeñar el rol de negociador internacional con organizaciones competitivas que se encuentren comprometidas con el medio ambiente y promuevan la dignidad humana, partiendo del respeto por las creencias y el diálogo con otros como contribución a la construcción de una sociedad más equitativa y justa.

Competente para relacionarse e implementar planes de negocios internacionales que propendan por el mejoramiento continuo, la productividad y la competitividad.

3. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Facultad: Ciencias Económicas		Programa: Negocios Internacionales		
Nivel de Formación:	Técnico ()	Tecnólogo ()	Pregrado (X)	Posgrado: E () M ()

Nombre de la Asignatura: INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

3.1. JUSTIFICACIÓN

Fenómenos como la globalización, la liberalización comercial, las recurrentes crisis financieras y empresariales, las oportunidades comerciales permitidas por el desarrollo tecnológico, logístico y de comunicaciones, han conllevado a los actores económicos a interesarse en consolidar una plataforma que permita aumentar el volumen de los negocios internacionales practicados, así como incrementar y diversificar los beneficios obtenidos por estos procesos. Para insertar a Colombia y a la región Caribe en esta realidad global y hacerlo un país preparado para seguir profundizando sus relaciones comerciales con el mundo, es necesario contar con un recurso humano capacitado en el manejo de los procesos comerciales. Por ello resulta relevante la inclusión de temas introductorios a los negocios internacionales dentro de la formación académica del futuro profesional, de manera que tenga un acercamiento a los contenidos que desarrollará con mayor profundidad en el trascurso de su formación en pregrado. Así, se estimulará el desarrollo de un espíritu de compromiso con el aprendizaje continuo y con el análisis de temas pertinentes acordes a la realidad del país.

3.2 COMPETENCIAS A DESARROLLAR DESDE ESTE PLAN DE ASIGNATURA

COMPETENCIAS GENERICAS	COMPETENCIAS ESPECIFICAS
Lectura crítica. Comunicación escrita. Razonamiento cuantitativo Competencias ciudadanas Inglés	Diseñar e implementar estrategias a partir del análisis de las necesidades del consumidor, las oportunidades y los riesgos de mercados internacionales, para la generación de nuevas oportunidades de negocio.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
Actualizado a 04 de Febrero- 2020

ASIGNATURA: INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

4. PLANEACIÓN DE UNIDADES DE FORMACIÓN		
TEMARIO	TOTAL HORAS PRESENCIALES	TOTAL HORAS INDEPENDIENTES
1. Negocios Internacionales y Globalización	16	32
2. Teorías del comercio internacional y Estrategias de colaboración.	16	32
3. Marcos ambientales comparativos	16	32
TOTAL HORAS	48	96

4.1. NEGOCIOS INTERNACIONALES Y GLOBALIZACIÓN			
ELEMENTO DE COMPETENCIA		INDICADORES DE DESEMPEÑO	
Conocer los fundamentos de los negocios internacionales, la globalización y las teorías del comercio internacional teniendo en cuenta los entornos políticos, económicos y jurídicos de las diferentes naciones del mundo, permitiendo reconocer de forma general el entorno internacional de los negocios.		<div><div>1.</div>Conoce los conceptos básicos de los negocios internacionales.</div> <div><div>2.</div>Comprende los antecedentes y conceptos de la globalización.</div> <div><div>3.</div>Relaciona las características de la globalización y su impacto en los negocios internacionales.</div> <div><div>4.</div>Simula los diferentes tipos de organización de los negocios internacionales.</div>	
4.1.1. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
CONTENIDOS	ESTRATEGIA DE TRABAJO PRESENCIAL	ESTRATEGIA DE TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS EVALUATIVAS
Conceptos básicos de los negocios internacionales.	Debate sobre las diferencias entre negocios internacionales, comercio internacional y comercio exterior.	Consultas de documentos, artículos y ensayos sobre la globalización en los negocios internacionales.	<div>Quizz en Kahoot tipo Saber pro sobre sobre las diferencias entre negocios internacionales, comercio internacional y comercio exterior.</div> <div>Estudio de caso. Quién hace el iPhone de Apple. (Hill, 2015)</div>
Antecedentes de la globalización.	Análisis de video sobre antecedentes de la globalización.	Observar y analizar video sobre antecedentes de la globalización.	<i>Wiki</i> en clases sobre los hitos más importantes del fenómeno de la globalización.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
Actualizado a 04 de Febrero- 2020

ASIGNATURA: INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

La globalización y su impacto en los negocios internacionales.	Debate de opinión sobre la globalización y su impacto en los negocios internacionales.	Lectura de artículo científico sobre el impacto de la globalización: Globalización, situación y proceso de Roberto Russel	Ensayo de tipo opinión sobre la influencia de la globalización en los negocios internacionales del siglo XXI.
Modos de operación de los negocios internacionales.	Construcción mapa conceptual colaborativo sobre la organización de los negocios internacionales.	Lectura sobre la organización de los negocios internacionales.	Mesa redonda sobre Caso Johnson y Johnson. Daniels (2014).
4.1.2. RECURSOS EDUCATIVOS			
EQUIPOS	HERRAMIENTAS		MATERIALES
Computador Video beam	*Tablero *Marcadores *Internet *Papel bond/cartulinas.		*Artículos científicos. *Textos de periódicos o revistas. *Recursos bibliográficos virtuales. *Libros.
Referencias			
Básicas.			
1. DANIELS, John D; RADEBAUGH, Lee H; SULLIVAN, Daniel P. (2013). Negocios Internacionales, Ambientes y Operaciones. Décima cuarta edición. Pearson Educación. México.			
2. LOMBANA Coy, Jahir. Negocios internacionales: fundamentos y estrategias / Barranquilla: Uninorte, 2013.			
3. HILL, C. (2015). Negocios Internacionales. Décima Edición. México: Mc Graw Hill.			
Complementarias.			
4. RAJAGOPAL (2016) Sustainable Growth in Global Markets. Palgrave Macmillan UK. First Edition.			
5. CZINKOTA, M. R., Ilkka R. (2007). Marketing Internacional. Séptima edición. México: Thomson.			
6. KEEGAN, Warren J., GREEN, Mark C., GLOBAL MARKETING (2013). Pearson Prentice Hall. Seventh edition.			
7. Russell, R. Globalización: Situación y proceso. Documento electrónico en: http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/ciclos/ciclos_v8_n14-15_03.pdf			
8. Selmier II, W. T., & Oh, C. H. (2012). International business complexity and the internationalization of languages. <i>Business Horizons</i> , 55(2), 189-200. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.11.006			



UNIVERSIDAD
DE LA COSTA
1970

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
Actualizado a 04 de Febrero- 2020

ASIGNATURA: INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

4.2. <u>TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL Y ESTRATEGIAS DE COLABORACIÓN.</u>			
ELEMENTO DE COMPETENCIA		INDICADORES DE DESEMPEÑO	
Conocer los fundamentos de los negocios internacionales, la globalización y las teorías del comercio internacional teniendo en cuenta los entornos políticos, económicos y jurídicos de las diferentes naciones del mundo, permitiendo reconocer de forma general el entorno internacional de los negocios.		1. Conoce la teoría del mercantilismo. 2. Comprende la teoría de la ventaja absoluta. 3. Relaciona la teoría de la ventaja comparativa y demás teorías del comercio internacional. 4. Emplea los diferentes tipos de estrategias colaborativas de acuerdo a contextos de negocios internacionales.	
4.2.1. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
CONTENIDOS	ESTRATEGIA DE TRABAJO PRESENCIAL	ESTRATEGIA DE TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS EVALUATIVAS
Teoría del mercantilismo.	Presentación de video sobre la teoría del mercantilismo.	Consultas de documentos, artículos y ensayos sobre la teoría del mercantilismo.	Rol play sobre la teoría del mercantilismo.
Teoría de la ventaja absoluta.	Presentación de video sobre la teoría de la ventaja absoluta.	Consultas de documentos, artículos y ensayos sobre la teoría de la ventaja absoluta.	Rol play sobre la teoría de la ventaja absoluta
Teoría de la ventaja comparativa.	Presentación de video sobre la teoría de la ventaja comparativa.	Consultas de documentos, artículos y ensayos sobre la teoría de la ventaja comparativa.	Rol play sobre la teoría de la ventaja comparativa.
Tipos de estrategias colaborativas de los negocios internacionales.	Exposición magistral sobre los distintos tipos de estrategias colaborativas en los negocios internacionales.	Lectura en inglés de artículos científicos (Rosado-Serrano, A., & Paul, J. (2018). A new conceptual model for international franchising. <i>International Journal of Hospitality Management</i> , 75, 179-188.)	Mesa redonda donde se analice cuál tipo de estrategia colaborativa es la más pertinente para hacer negocios internacionales de acuerdo a un contexto determinado.
4.2.2. RECURSOS EDUCATIVOS			
EQUIPOS	HERRAMIENTAS		MATERIALES
Computador Video beam.	*Tablero *Marcadores		*Artículos científicos. *Textos de periódicos o revistas.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
Actualizado a 04 de Febrero- 2020

ASIGNATURA: INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

	*Internet *Papel bond/cartulinas.	*Recursos bibliográficos virtuales. *Libros
Referencias.		
Básicas.		
<ol style="list-style-type: none">1. TORRES GAYTAN, Ricardo. Teoría del comercio internacional / México : Siglo veintiuno editores, 1979.2. DANIELS, John D; RADEBAUGH, Lee H; SULLIVAN, Daniel P. (2013). Negocios Internacionales, Ambientes y Operaciones. Décima cuarta edición. Pearson Educación. México.3. HILL, C. (2015). Negocios Internacionales. Décima Edición. México: Mc Graw Hill.		
Complementarias.		
<ol style="list-style-type: none">4. LOMBANA Coy, Jahir. Negocios internacionales: fundamentos y estrategias / Barranquilla: Uninorte, 2013.5. RAJAGOPAL (2016) Sustainable Growth in Global Markets. Palgrave Macmillan UK. First Edition6. CZINKOTA, M. R., Ilkka R. (2007). Marketing Internacional. Séptima edición. México: Thomson.7. HILL, C. (2015). Negocios Internacionales. Décima Edición. México: Mc Graw Hill.8. KEEGAN, Warren J., GREEN, Mark C., GLOBAL MARKETING (2013). Pearson Prentice Hall. Seventh edition.9. Rosado-Serrano, A., & Paul, J. (2018). A new conceptual model for international franchising. <i>International Journal of Hospitality Management</i>. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.05.024		

4.3. <u>MARCOS AMBIENTALES COMPARATIVOS</u>			
ELEMENTO DE COMPETENCIA		INDICADORES DE DESEMPEÑO	
Conocer los fundamentos de los negocios internacionales, la globalización y las teorías del comercio internacional teniendo en cuenta los entornos políticos, económicos y jurídicos de las diferentes naciones del mundo, permitiendo reconocer de forma general el entorno internacional de los negocios.		<ol style="list-style-type: none">1. Reconoce los aspectos fundamentales del entorno cultural en los negocios internacionales.2. Comprende la importancia de analizar el entorno político y jurídico en los negocios internacionales.3. Relaciona el impacto del entorno económico en los negocios internacionales.4. Demuestra la importancia de los recursos humanos idóneos para los negocios internacionales.	
4.3.1 ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
CONTENIDOS	ESTRATEGIA DE	ESTRATEGIA DE	ESTRATEGIAS



UNIVERSIDAD
DE LA COSTA
1970

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
Actualizado a 04 de Febrero- 2020

ASIGNATURA: INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

	TRABAJO PRESENCIAL	TRABAJO INDEPENDIENTE	EVALUATIVAS
Entorno cultural en los negocios internacionales	Exposición magistral sobre prácticas de comportamiento en los negocios.	Lectura de artículo científico en inglés (Apetrei, A., Kureshi, N. I., & Horodnic, I. A. (2015). When culture shapes international business. Journal of Business Research, 68(7), 1519-1521).	Taller reflexivo sobre la importancia de la cultura, realizando un análisis de diversos elementos culturales y los ítems descritos en el artículo titulado "When culture shapes international business".
Entorno político y jurídico en los negocios internacionales.	Exposición magistral sobre el entorno político y jurídico de los negocios internacionales.	Lectura de documentos, artículos y ensayos en español e inglés sobre temas afines a los marcos ambientales comparativos.	Caso de estudio sobre entorno político – jurídico.
Entorno económico en los negocios internacionales	Debate sobre el Entorno económico en los negocios internacionales	Lectura de documentos, artículos y ensayos en español e inglés sobre temas afines a los marcos ambientales comparativos.	Elaboración de mapas mentales sobre influencia del entorno económico de los negocios internacionales
Los recursos humanos internacionales.	Exposición magistral sobre los recursos humanos internacionales	Observar vídeo educativo: La gestión internacional de los RRHH	Elaboración de mapa conceptual sobre Los recursos humanos internacionales.
4.3.2. RECURSOS EDUCATIVOS			
EQUIPOS	HERRAMIENTAS		MATERIALES
Computador Video beam	*Tablero *Marcadores *Internet *Papel bond/cartulinas.		*Artículos científicos. *Textos de periódicos o revistas. *Recursos bibliográficos virtuales. *Libros



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
Actualizado a 04 de Febrero- 2020

ASIGNATURA: INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

Básicas.

1. DANIELS, John D; RADEBAUGH, Lee H; SULLIVAN, Daniel P. (2013). Negocios Internacionales, Ambientes y Operaciones. Décima cuarta edición. Pearson Educación. México.
2. LOMBANA Coy, Jahir. Negocios internacionales: fundamentos y estrategias / Barranquilla: Uninorte, 2013.

Complementarias.

3. RAJAGOPAL (2016) Sustainable Growth in Global Markets. Palgrave Macmillan UK. First Edition.
4. CZINKOTA, M. R., Ilkka R. (2007). Marketing Internacional. Séptima edición. México: Thomson.
5. HILL, C. (2015). Negocios Internacionales. Décima Edición. México: Mc Graw Hill.
6. KEEGAN, Warren J., GREEN, Mark C., GLOBAL MARKETING (2013). Pearson Prentice Hall. Seventh edition.
7. Apetrei, A., Kureshi, N. I., & Horodnic, I. A. (2015). When culture shapes international business. *Journal of Business Research*, 68(7), 1519-1521.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.01.044>
8. Zapata, L. F. B., & Barrientos, S. C. A. (2013). Retos de gestión intercultural en las actividades de internacionalización de microempresas de Medellín. *Estudios Gerenciales*, 29(129), 456-465.
9. vídeo educativo: La gestión internacional de los RRHH
<https://www.youtube.com/watch?v=YAb518XrT6c>